

Inhalt kreativ verpacken 5/2018

Schwerpunkt

- 8 Smarte Kommunikation
- 9 Mit tierischen Paten snacken
- 10 Simply Cook: Koch-Kits im Rezeptbuch-Style**
- 11 Natürliche Barriere für Lebensmittel
- 11 Reflexion im Bad
- 12 Convenience – viel mehr als nur bequem
- 13 Gestaltung soll neugierig machen
- 15 Convenience im Fokus
- 16 Plastics enables shopping less frequently
- 17 Snacks für Kinder: Lecker, fruchtig, praktisch

- 18 (Un)Limited Edition: Nur für kurze Zeit kann jeder
- 14 Meldungen: Convenience erleben

PoS kommunikativ

- 20 Die Renaissance des Butterbrots
- 21 Studie zum Handel 4.0 vorgestellt

Markenführung

- 22 *creativ verpacken* dialog 2018: Neue Technologien fördern Einkaufserlebnis

- 24 Dieser Inhalt ist nicht für Ihre Augen bestimmt ...
- 25 Aus der Konsumentenpsychologie — Spaß beim Öffnen macht spendabel
- 25 Nachhaltigkeit — Europas Griff nach dem Strohhalm
- 26 Kreatives Packungskonzept: Die Marke zum Leben erwecken
- 31 Produktrelaunch: Die Sonne geht auf
- 32 Recht — Zeichen setzen – aber richtig
- 33 Titelveredelung: Lebensmittel effektiv verpacken



Portrait

- 34 Pascale Design:
Der Schönheit verschrieben

TopThema

- 36 Zielgruppen:
Wer kauft morgen?
- 37 Wie smarte Welten
Konsumenten verändern –
und umgekehrt!
- 38 Zielgruppen: Urbanismus als
Megatrend
- 40 Tragende Persönlichkeiten

Entdeckt

- 41 Kölln Haferflocken:
Sicher im Barrierepapier
- 42 Keine Ruhe im Karton:
Verpackungen für morgen
- 43 Kleine Auflagen im Digital-
druck: Qualität im Blick
- 50 Fruchttige Zeiten
- 51 Entdecken und informieren
- 51 Experimentierfreude üben
- 49, 52 Entdeckungen

Standards

- 3 Editorial
- 6 *creativ verpacken* fragt:
Christine Hellenkamp, Klaas
Koolman, Stefan Zimmermann,
Nadine Hartmann, Matthias
Kramer
- Ticker:
- 19 Agentur-Ticker
- 19 Ausgezeichnet
- 19 Wettbewerbe
- 48 Schlaglichter
- 55 Lesen & Nachschlagen
- 44 Börse Packungsdesign
- 53 Verpackungsservice
- 54 Vorschau
- 54 Impressum



Titelbeschreibung:

Vom gesunden Smoothie bis zum zuckersüßen Donut: Convenience zieht sich durch verschiedene Bereiche und geht weit über Fast Food hinaus. Zeitmangel und Bewusstseinsveränderungen in der Gesellschaft haben dazu geführt, dass es nicht mehr nur schnell gehen muss, sondern Convenience soll heute auch gesund, alltagstauglich und nachhaltig sein. Mit großen Lettern als Convenience-Produkte und plakativer Gestaltung unterstreicht **Win Creating Images** die Diversität, Lebendigkeit und Relevanz dieses Themas. — www.win-ci.de



Die täuschend echte Anmutung etwa von Streuseln auf einem Donut – nicht nur optisch, sondern auch haptisch durch den Einsatz eines rauen Strukturlack: das ist die Spezialität von Achilles veredelt. Kreative Veredelungen wie hier auf dem Titel-Cover sind täglich geübte Praxis. Brandneu dagegen ist die in diesem Fall verwendete Folie. Die besonders kratzfeste und matte Achilles X-treme Matt LM® (Low Migration) wurde für den Lebensmittelbereich entwickelt und ist für den indirekten Lebensmittelkontakt geeignet. — www.achilles.de

Zanders

Das Material für den Umschlag dieser Zeitschrift stammt von **Zanders**, Hersteller hochwertiger Spezialpapiere und -kartons für Etiketten, Verpackungen und grafische Anwendungen. Es handelt sich um die Qualität Zanpack silk, 240 g/m², das sich für hochwertige Verpackungen, zum Beispiel für Kosmetik oder Confiterie eignet. — www.zanders.com